

Modulo Google 1

Messy Middle

le infinite possibilità di scelta e la varietà di informazioni a disposizione rendono il processo d'acquisto online sempre più complesso.

Attraverso la ricerca "Decoding Decisions", abbiamo identificato un modello decisionale in grado di descrivere il comportamento del consumatore in questo contesto e, unendo i principi delle scienze comportamentali, di spiegare come le persone prendono decisioni all'interno del "messy middle"